

ABSTRAK

Kabupaten Bekasi adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang pusat pemerintahannya berada di Cikarang. Kabupaten Bekasi terdiri dari 23 kecamatan dengan jumlah penduduk kurang lebih 1,9 juta jiwa. Perekonomian di Kabupaten Bekasi ditopang oleh sektor industri dengan banyaknya kawasan industri sehingga Kabupaten Bekasi lebih dikenal dengan kawasan industri yang panas dan penuh polusi. Kabupaten Bekasi dianggap tidak memiliki daya tarik wisata sama sekali. Masyarakat Kabupaten Bekasi lebih memilih untuk berlibur di luar kota seperti Bandung, Jakarta, dan lain-lain. Sayangnya belum banyak yang mengetahui bahwa Kabupaten Bekasi memiliki potensi pariwisata yang beragam seperti kawasan bahari Muara Gembong, Danau Cibeureum, Taman Buaya Indonesia Jaya, dan Gedung Juang.

Tujuan dari disusunnya penelitian ini adalah membantu masyarakat Kabupaten Bekasi untuk lebih mengenal dan mencintai segala potensi yang dimiliki oleh daerahnya sendiri sehingga dapat memajukan potensi pariwisata yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menyelidiki pengumpulan informasi untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang menyangkut dengan keadaan yang sedang berlangsung saat ini.

Kesimpulan secara umum adalah membuat media promosi pariwisata Kabupaten Bekasi yang dapat memberi informasi kepada masyarakat tentang sisi lain dari Kabupaten Bekasi yang nyatanya memiliki potensi pariwisata yang menarik, sehingga Kabupaten Bekasi lebih menarik karena memiliki dua sisi berlainan yang saling melengkapi yaitu kawasan industri dan tempat wisata.

Kata Kunci: Pariwisata, Kabupaten Bekasi

ABSTRACT

Bekasi District is a district in West Java Province that the central government was in cikarang. Bekasi District has 23 Subdistricts with a population of approximately 1,9 million inhabitants. Bekasi District's economy is supported by the industrial areas so that the Bekasi District better known as industrial area which is heat and polluted. Bekasi Counties considered to have no power of tourist attraction at all. Bekasi District community prefer a vacation outside the city such as Bandung, Jakarta, etc. Unfortunately not many people know that the Bekasi District has a diverse tourism potential as marine tourism of Muara Gembong, Cibeureum Lake, Indonesia Jaya Crocodile Park, and Fighting Building.

The purpose of this research is to help people in Bekasi District to know and love all the potential of the region itself and to promote the tourism potential. The method used in this research is descriptive method to investigate the collection of information to test hypotheses or answer questions regarding the state of the ongoing today.

The general conclusion is making Bekasi District tourism promotion media that can provide information to the public on the other side of the District Bekasi which in fact has the potential to attract tourism, so the Bekasi District more attractive because it has two different sides, industrial area and tourism area the complimentary to each other.

Keyword: Tourism, Bekasi District

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Bekasi”. Tugas Akhir ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan Bandung.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat saran, dorongan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru yang terbaik bagi penulis. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Waska Warta selaku dosen pembimbing 1 yang banyak memberi masukan yang bermanfaat kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
2. Ibu Erna Nurmalinda selaku dosen pembimbing 2 yang juga memberi masukan dan semangat kepada penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini.
3. Keluarga tercinta Alm. Papa, Mama, Yayi, Dhika yang selalu memberi dukungan moril dan finansial kepada penulis.
4. Andi Asraf Rezkiawan yang selalu mendampingi penulis hingga tugas akhir ini selesai.
5. Julia Dievanda, Deviana Novitasari, Gina Fitri, yang selalu memberi masukan, saran, dan dukungan.
6. Teman-teman DKV UNPAS angkatan 2011 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu pembuatan tugas akhir ini.

Akhir kata semoga laporan tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya, penulis menyadari bahwa dalam pembuatan makalah ini masih jauh dari sempurna untuk itu penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan kearah kesempurnaan. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih.

19 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Maksud dan Tujuan	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Promosi	6
2.1.1 Bauran Promosi	7
2.1.3 Media Promosi	8
2.1.3 <i>Segmentation, Targeting, Potitioning</i>	9
2.1.3.1 <i>Segmentation</i> (Segmentasi)	9
2.1.3.2 <i>Targetting</i> (Target Pemasaran).....	10
2.1.3.3 <i>Potitioning</i>	10
2.2 Desain Komunikasi Visual.....	11
2.2.1 Prinsip Perancangan Komunikasi Visual	12
2.2.2 Strategi Kreatif dan Strategi Pesan.....	14
2.2.2.1 Strategi Kreatif	14
2.2..2.2 Strategi Pesan	15
2.3 Pariwisata	18
2.3.1 Wisatawan	18
2.3.2 Pariwisata Sebagai Suatu Industri	20
2.3.3 Pengertian Objek dan Daya Tarik Wisata	20
2.3.4 Pengertian Sarana dan Prasarana Pariwisata	22
2.3.4.1 Sarana Pariwisata	22
2.3.4.2 Prasarana Pariwisata.....	23
BAB III ANALISA DATA	25
3.1 Sejarah Kabupaten Bekasi.....	25
3.1.1 Potensi Pariwisata Kabupaten Bekasi	35
3.1.1.1 Wisata Bahari Muara Gembong	35
3.1.1.2 Taman Buaya Indonesia Jaya	38
3.1.1.3 Danau Cibeureum.....	40
3.1.1.4 Gedung Juang	42
3.2 Kondisi dan Perkembangan Pariwisata Kabupaten Bekasi Saat Ini	43
3.2.1 Kondisi Pariwisata Kabupaten Bekasi	43
3.2.2 Perkembangan Pariwisata Kabupaten Bekasi	44

3.2.3 Masalah yang Dihadapi	44
3.3 SWOT	45
3.4 5W1H	47
3.5 Sudi Indikator	50
3.6 <i>Consumer Journey</i>	50
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	58
4.1 Strategi Komunikasi	58
4.2 Strategi Pesan	58
4.2.1 Strategi Pendekatan	58
4.2.2 Gaya Eksekusi	58
4.3 Strategi Kreatif	59
4.3.1 Verbal	59
4.3.2 Visual	59
4.4 Strategi Media	60
4.4.1 Hasil Akhir Media	63
BAB V KESIMPULAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	